

## Pemberdayaan Peningkatan Kualitas Produk dan Pemasaran UMKM Kopi Sendang Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar

**Heru Irianto\*, R. Kunto Adi, Bambang Sulistyono, Nidyah Widyamurti, Erlyna Wida Riptanti**  
Pusat Studi Pendampingan Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Lembaga Penelitian dan Pengabdian,  
Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia  
\*Email : [heruirianto@staff.uns.ac.id](mailto:heruirianto@staff.uns.ac.id)

Submitted: 26 Oktober 2023, Revised: 3 Januari 2024, Accepted: 4 Maret 2024, Published: 6 Maret 2024

### Abstrak

Desa Sepanjang merupakan salah satu desa di Kecamatan Tawangmangu yang menghasilkan kopi terutama kopi arabika. Hal ini memunculkan industri kreatif dalam pengolahan kopi, salah satunya UKM Kopi Sendang Lawu. Tujuan kegiatan pada UKM Kopi Sendang Lawu mengataasi permasalahan UKM mitra yaitu : 1) Kualitas produk biji roasting tidak seragam, sehingga terjadi selisih harga yang besar dan pendapatan menurun; 2) Pengemasan produk kopi yang roasting maupun bubuk belum marketable, sehingga kurang menarik bagi konsumen. Metode yang digunakan dalam menyelesaikan permasalahan UKM mitra dilakukan secara partisipatif sehingga UKM merasa memiliki, bertanggungjawab terhadap pelaksanaan dan keberhasilan sekaligus memberdayakan UKM mitra. Metode yang diterapkan kepada UKM mitra : 1) Introduksi mesin grinder otomatis untuk roasting kopi; 2) Introduksi kemasan produk olahan kopi yang marketable yang memenuhi syarat-syarat sebuah kemasan yang menarik baik. Hasil kegiatan ini yang berupa introduksi mesin grinder yang dilakukan mampu meningkatkan kualitas bubuk kopi yang seragam, sedang perbaikan kemasan memberikan daya tarik bagi konsumen, yang gilirannya peningkatan kualitas produk dan daya tarik telah meningkatkan pemasaran produk kopi Sendang, dan meningkatkan pendapatannya.

**Kata kunci :** *UMKM Kopi Sendang; kualitas; pemasaran produk*

### Abstract

Panjang Village is one of the villages in Tawangmangu District that produces coffee, especially Arabica coffee. This has given rise to a creative industry in coffee processing, one of which is the Sendang Lawu Coffee UKM. The objectives of the activities at Sendang Lawu Coffee UKM are to overcome the problems of partner UKMs, namely: 1) The quality of roasted bean products is not uniform, resulting in large price differences and decreased income; 2) The packaging of roasted and ground coffee products is not yet marketable, so it is less attractive to consumers. The method used to resolve partner SME problems is carried out in a participatory manner so that SMEs feel ownership, responsibility for implementation and success while empowering partner SMEs. Methods applied to partner SMEs: 1) Introduction of automatic grinder machines for coffee roasting; 2) Introduction of marketable packaging for processed coffee products that meet the requirements for good attractive packaging. The results of this activity, in the form of the introduction of a grinder machine, were able to improve the uniform quality of the coffee powder, while improving the packaging provided an attraction for consumers, which in turn increased product quality and attractiveness, has increased the marketing of Sendang coffee products, and increased income.

**Keywords:** *Sendang Coffee MSMEs; quality; product marketing*

**Cite this as:** Irianto, H., Adi, R. K., Sulistyono, B., Widyamurti, N., dan Riptanti, E. W. 2024. Pemberdayaan Peningkatan Kualitas Produk dan Pemasaran UMKM Kopi Sendang Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar. *Jurnal SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni bagi Masyarakat)*, 13(1). 37-43. doi: <https://doi.org/10.20961/semar.v13i1.79940>

## Pendahuluan

Minum kopi sekarang ini merupakan gaya hidup di berbagai kalangan baik tua, dewasa maupun anak muda (Sukatmadireja, 2017; Selvi & Ningrum, 2020). Minum kopi saat ini bisa kapan saja dan di mana saja. Hal ini menyebabkan permintaan terhadap kopi meningkat baik permintaan dari luar negeri maupun dalam negeri (Mardhiah dkk., 2020). Kondisi ini mendorong pertumbuhan bisnis coffee shop di berbagai daerah sangat pesat (Suwatri dkk., 2022; Hambali & Andarani, 2021) seperti Kopi Janji Jiwa, Kopi Kenangan, Solo Kopi dan coffee shop lainnya. Selain coffee shop, café dan restoran juga menyediakan berbagai jenis kopi dan variasinya sehingga menambah permintaan terhadap biji kopi maupun kopi bubuk.

Penghasil kopi di Jawa Tengah antara lain Kabupaten Temanggung, Wonosobo, Temanggung, Semarang, Salatiga, Magelang dan Karanganyar (BPS, 2022). Kabupaten Karanganyar terkenal dengan kopi lawu karena ditanam di lereng Gunung Lawu. Hal ini membuka peluang bisnis di industry kopi baik dari hulu maupun hilirnya. Salah satu UKM yang bisnisnya bergerak di industry hilir adalah UKM Kopi Sendang Lawu.

UKM Kopi Sendang Lawu, yang berada di Dusun Sendang RT 003 RW 011, Desa Sepanjang, Kecamatan Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar. Kondisi mitra merupakan UKM yang bergerak di bidang ekonomi produktif, yaitu pengolahan biji kopi menjadi produk olahan kopi baik kopi roasting maupun kopi bubuk. Lokasi UKM Kopi Sendang Lawu berada pada ketinggian 1.100 mdpl, sehingga cocok untuk perkebunan kopi khususnya jenis arabica, meskipun sebagian petani juga menghasilkan kopi robusta.

Bahan baku kopi yang digunakan oleh UKM Kopi Sendang Lawu adalah bahan baku basah, yang difermentasi selama 3 hari, kemudian dikeringkan selama 10 hari, dibawah sinar matahari. Penyimpanan selama 20 hari, kemudian diroasting dan resting atau fermentasi rapat dengan botol kaca. Proses terakhir adalah proses pengolahan menjadi bubuk kopi dengan menggunakan grinder. Bahan baku kopi yang digunakan sebagian besar adalah jenis kopi arabica, yang dibeli dari petani kopi di Dusun Sendang. Bahan baku kopi jenis arabica dari petani sebanyak 7 kuintal dan jenis robusta sebanyak 3-4 kwintal per masa panen. Produksi sekitar bulan April – Mei, pada saat panen raya kopi. Bahan baku kopi diambil dari petani kemudian di proses oleh UKM Sendang Lawu sampai dengan proses roasting dan bubuk kopi. Harga bahan baku kopi arabica yang masih kopi basah sebesar Rp 10.000 /kg (kopi sortir), kualitas kurang baik (campur) harga nya Rp 7.000 /kg. Harga bahan baku kopi robusta yang masih kopi basah (sortir) Rp4.000 – Rp 5.000 /kg.

Proses produksi kopi pada UKM Kopi Sendang Lawu, dari mulai kondisi basah diolah menjadi green bean mengalami susut 40 %, kemudian dari kondisi biji kopi kering menjadi kopi roasting mengalami susut 15 %, dan dari biji roasting menjadi bubuk mengalami susut 0,5 %. Sebanyak 10 kg biji kopi basah dengan nilai Rp 100.000 menjadi biji kopi kering mengalami susut 40 %.

Peralatan produksi di UKM Sendang Lawu menggunakan peralatan dari bantuan hibah Kementerian Pertanian tahun 2021 yang diberikan kepada Kelompok Tani Hutan Wono Mulyo. Bantuan ini dimaksudkan untuk memberdayakan masyarakat khususnya kelompok tani (Maryani & Nainggolan, 2019). Peralatan ini tidak digunakan maksimal oleh kelompok sehingga untuk mengoptimalkan penggunaan peralatan tersebut, UKM Sendang Lawu bekerja sama dengan Kelompok Tani Hutan Wono Mulyo. Peralatan produksi yang digunakan antara lain : alat sangrai kopi, alat pengupas kulit kopi basah (pulper), alat pengupas kopi kering (huller), dan alat penggiling kopi. Peralatan produksi dalam kondisi baik, akan tetapi kurang sesuai dengan kebutuhan produksi. Mesin grinder masih manual, tidak otomatis, sehingga menyebabkan produksi kurang maksimal. Ruang produksi sudah terpisah dengan rumah tinggal, ada tempat khusus untuk produksi, yaitu di depan rumah pemilik UKM Sendang Lawu. Adapun gambar kopi, alat-alat produksi dan serta proses produksi disajikan pada Gambar 1 sampai dengan Gambar 9 berikut.



Gambar 1. Tanaman kopi Arabika di Dusun Sendang Desa Sepanjang



Gambar 2. Buah Kopi di Dusun Sendang Desa Sepanjang

UKM Kopi Sendang Lawu memproduksi 3 jenis kopi yaitu kopi arabica, kopi robusta dan blend kopi. Blend kopi dengan komposisi robusta dan arabica masing-masing 50%. Produksi kopi UKM Sendang Lawu berupa biji kering, biji roasting, dan bubuk kopi. Selain itu juga memproduksi pengharum ruangan, dari kopi yang kualitas nya paling rendah. Produksi lain yaitu minyak wangi, yang dihasilkan dari biji roasting diolah dengan mencampurkan minyak zaitun, sehingga tercipta minyak wangi dari kopi. Komposisi produksi UKM Sendang Lawu berupa biji kopi sebesar 20 %, biji roasting 30 % dan bubuk kopi 50 %. Jenis medium roasting banyak digemari para konsumen.



Gambar 3. Lokasi produksi olahan kopi



Gambar 4. Alat penggiling kopi



Gambar 5. Alat pengupas kopi kering (*huller*)

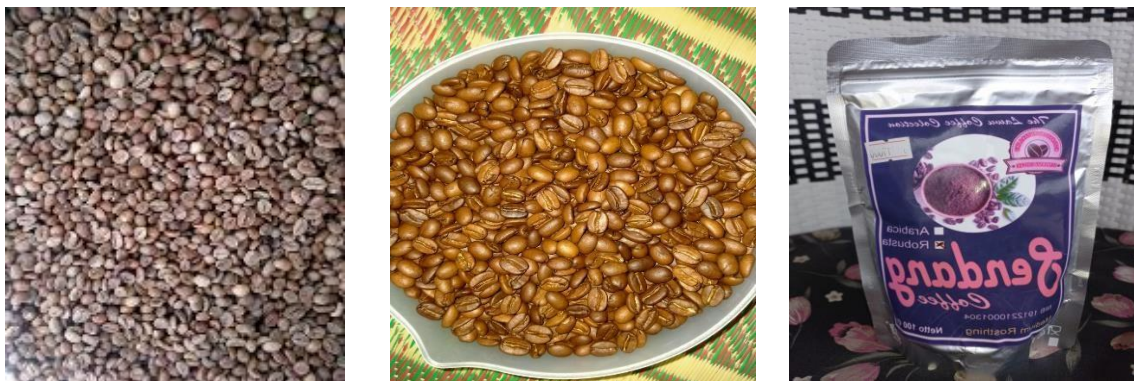


Gambar 6. Proses roasting non elektrik



Gambar 7. Proses glinder kopi

Biji roasting yang dihasilkan tidak seragam warna dan tingkat kematangannya sehingga berpengaruh pada kualitas rasa dan harga jual. Peralatan yang digunakan masih sederhana tergantung kemampuan tenaga kerja dalam melakukan roasting. Jika tenaga kerja berpengalaman dalam meroasting biji kopi maka akan dihasilkan kualitas roasting yang baik dan sebaliknya. Kekuatan rasa dan aroma sangat dipengaruhi proses roasting (Fikri dkk., 2022) dan hal ini menentukan harga jual kopi roasting dan kopi bubuk (Hadi dkk., 2022).



Gambar 8. Produk kopi UKM Sendang Lawu

Kemasan produk seperti terlihat Gambar 8. Kemasan ini kurang marketable dan akan kalah bersaing dengan UKM produsen kopi lainnya. Desain kemasan perlu diperbaiki supaya kemasan marketable (Kotler dkk., 2009; Septian & Rahayu, 2014). Kemasan belum mencantumkan unsur-unsur kemasan yang baik seperti no P-IRT, berat, dan expired date. Konsumen perlu mengenai isi produk karena jaminan keamanan pangan sangat penting (Verawati dkk., 2021). Konsumen semakin peduli terhadap kualitas produk yang dikonsumsi. Pemasaran produk kopi terutama kualitas medium roasting di café-café di Tawangmangu sebanyak kurang lebih 70% dan 30% secara online Lazada dan Tokopedia. Pemasaran online ini merupakan tuntutan yang harus dipenuhi oleh produsen untuk perluasan pangsa pasar (Wahyuningrum, 2018). Sedangkan yang dipasarkan online berupa bubuk kopi yang sudah dikemas. Ada juga konsumen yang memesan biji roasting melalui sosial media yaitu WhatsApp (WA) dari beberapa daerah, yaitu café-café di Bogor, Jakarta, dan Tangerang.

Manajemen usaha UKM Kopi Sendang Lawu dikelola oleh keluarga, masih sederhana sehingga belum dikelola secara profesional. Hal tersebut terlihat dari pengelolaan usaha dari mulai produksi sampai dengan pemasaran. Legalisasi produk juga belum ada terutama pangan industry rumah tangga (P-IRT), Halal dan BPOM untuk produk olahan kopi. Pengemasan produk juga masih sederhana, sehingga kurang menarik bagi konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, permasalahan prioritas mitra UKM Kopi Sendang Lawu sebagai berikut :

### *1. Kualitas produk biji roasting tidak seragam*

Hal ini terjadi karena peralatan roasting masih manual sehingga kualitas hasil roasting tergantung kemampuan atau keterampilan tenaga kerja dalam meroasting. Kualitas biji roasting akan nampak pada warna yang seragam dan aroma yang menunjukkan kekhasan jenis kopi arabika ataupun robusta. Kualitas roasting yang tidak seragam dan aroma yang tidak kuat keluar dari biji kopi menyebabkan harga jual tidak bisa tinggi. Jika kualitas roasting baik, per kg biji roasting bisa mencapai Rp 200.000, namun jika kualitas roasting kurang baik maka harga jualnya hanya Rp 120.000 – Rp 130.000. Terdapat selisih harga yang besar sehingga pendapatan yang diterima UKM berkurang atau tidak yang diharapkan.

## 2. Pengemasan produk kopi baik yang roasting maupun bubuk belum marketable, sehingga kurang menarik bagi konsumen

Konsumen tertarik pada suatu produk, salah satunya adalah melihat kemasannya. Kemasan yang menimbulkan eksklusivitas/ prestise jika produk tersebut dibeli akan menambah keyakinan konsumen untuk membeli produk tersebut. Produk tersebut dipercaya mempunyai kualitas yang bagus.

### Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) dilaksanakan dengan menggunakan metode partisipatif supaya UKM mitra merasa memiliki dan juga bertanggung jawab terhadap keberhasilan kegiatan. Pelibatan UKM mitra dalam setiap tahap kegiatan penting karena prinsip pemberdayaan adalah memandirikan mitra supaya mengenali kemampuan diri yang dapat digunakan untuk mengatasi permasalahan yang sedang dihadapi (Widjajanti, 2011; Kusnandar dkk., 2021). Sedang kegiatannya berupa :

#### 1. *Introduksi mesin grinder otomatis untuk roasting kopi*

Langkah-langkah dalam kegiatan ini:

- a. Tim Pengabdian bersama UKM mitra melakukan diskusi mengenai kelebihan dan kekurangan masing-masing tipe mesin grinder otomatis di pasaran.
- b. Tim pengabdian bersama UKM mitra menentukan tipe mesin grinder yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra, daya listrik dan besarnya dana yang dianggarkan.
- c. Tim pengabdian bersama UKM mitra membeli mesin grinder
- d. Tim pengabdian memperkenalkan mesin grinder kepada UKM mitra dalam penggunaan, perawatan dan pemeliharannya.
- e. UKM mitra melakukan proses produksi roasting menggunakan mesin grinder yang telah diintroduksi.
- f. Tim pengabdian melakukan monitoring dan evaluasi kegiatan

#### 2. *Introduksi kemasan produk olahan kopi yang marketable*

Langkah-langkah dalam kegiatan :

- a. Tim Pengabdian beserta UKM mitra berdiskusi mengenai kemasan produk kopi sedang yang sedang digunakan baik kelebihan dan kelemahan kemasan tersebut.
- b. Tim Pengabdian beserta UKM mitra melakukan perbandingan kemasan kopi yang di pasaran oleh UKM produsen kopi lain dari berbagai daerah. Hal ini untuk membuka wawasan dan pengetahuan UKM mitra mengenai kemasan yang marketable
- c. Tim Pengabdian dan UKM mitra berdiskusi bersama menentukan desain kemasan yang marketable untuk kopi roasting dan kopi bubuk
- d. Tim Pengabdian menyepakati desain kemasan dengan UKM mitra untuk kopi roasting dan kopi bubuk yang akan digunakan
- e. Tim Pengabdian memesan desain kemasan kepada percetakan dan melakukan penggandaan desain setelah sertifikat P-IRT diterima.
- f. Tim Pengabdian melakukan monitoring dan evaluasi kegiatan

### Hasil Dan Pembahasan

Berdasarkan hasil koordinasi disepakati bahwa tahap pertama tim beserta pemilik UMKM Kopi Sendang melakukan pengadaan alat grinder kopi yang dilaksanakan direncanakan ke supplier alat di Malang, sekaligus pelatihan operasional mesin grinder; kedua, pelaksanaan pengabdian, yang direncanakan dilaksanakan pada hari Selasa tanggal 23 Mei 2023.



Gambar 9. Dok Kegiatan Koordinasi Persiapan Kegiatan Pengabdian

Selaras dengan hasil keputusan Bersama maka tim pengabdian dan UMKM pada hari Sabtu tanggal 6 Mei 2023 ke Malang dalam kerangka pengadaan mesin grinder. Namun sebelumnya sudah dilakukan survei tipe, kapasitas dan harga grinder yang sesuai kebutuhan melalui on line maupun kontak langsung dengan pemilik usaha permesinan yang terpilih berdasarkan hasil survei secara on line. Hasil dari tahapan ini kami sepakat mengadakan mesin grinder dengan kapasitas 1kg/jam, dan sekaligus melakukan pelatihan bagi pemilik UMKM Kopi sendang, dengan harapan nanti bisa ditularkan / dilatihkan ke tenaga kerja yang ada di UMKM Kopi Sendang.



Gambar 10. Dok Kegiatan Pengadaan dan pelatihan penggunaan Grinder Kopi

Tahap ketiga, pelaksanaan kegiatan berupa penyerahan dan sekaligus pelatihan penggunaan grinder dan sekaligus pemilihan alternatif desain kemasan yang lebih menarik bagi calon konsumennya. Pelaksanaan pelatihan dilakukan pada hari Selasa tanggal 23 Mei 2023. Pelaksanaan pengabdian ini dihadiri selain pemilik dan tenaga kerja UMKM Kopi Sendang juga dihadiri oleh Sekretaris Desa Sepanjang dan tokoh masyarakat dusun Sendang Desa Sepanjang Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar. Secara umum pelaksanaan berjalan dengan lancar dan peserta pelatihan bisa menguasai operasional dengan cukup baik meski untuk professional perlu sering melakukannya agar kopi yang dihasilkan bisa standar yang seperti yang diharapkan, sedang pemilihan desain masih perlu perbaikan sesuai dengan keinginan pemilik namun sekaligus menarik bagi para konsumennya.



Gambar 11. Dok Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Berdasarkan apa yang dihasilkan pada tahap ke tiga, maka telah dilakukan perbaikan desain kemasan kopi Sendang, yang dibedakan atas dasar untuk biji kopi dan kopi bubuk. Berikut disajikan desain baru yang dihasilkan dari diskusi dari pemilik dan tim pengabdian (Gambar 12), selain juga kami berikan merk dagang bagi ke 2 macam produk tersebut.



Gambar 12. Desain kemasan biji kopi (sebelah kiri) dan desain kemasan kopi bubuk (sebelah kanan)

Lebih lanjut hasil monitoring dan evaluasi kami pasca tahap ke 4 terlihat bahwa produk kopi sendang mulai merangkak naik penjualannya (Tabel 1).

Tabel 1 Penjualan Kopi pada UMKM Kopi Sendang Sepanjang Tawangmangu

	Bulan Mei 2023	Bulan Agustus 2023	Kenaikan (%)
<b>Kopi Biji</b>			
Arabika (Kg/Bl)	4,2	4,6	11
Robusta Kg/Bl)	3,3	3,6	10
<b>Kopi Bubuk</b>			
Arabika (Kg/Bl)	5,8	6,5	11
Robusta Kg/Bl)	8,3	9,3	12

Dari Tabel 1 dapat dilihat bahwa setelah penggunaan mesin grinder dan desain baru maka dalam tempo 3 bulan jumlah produk yang terjual meningkat berkisar 10 sampai dengan 12%. Hal ini terjadi karena selain karena menggunakan desain baru juga karena juga semakin tambah luas jangkauan pasar yang dituju karena tampilan yang baru serta kualitas kopi yang seragam tersebut. Dengan demikian bisa diharapkan akan terjadi peningkatan pendapatan sesuai tujuan dari pengabdian ini.

### Kesimpulan

Pengabdian yang telah dilakukan telah mencapai tujuannya yaitu meningkatkan kualitas produk dan pemasaran kopi Sendang, hanya saja untuk terus tetap meningkat perlu upaya dari UMKM Kopi Sendang untuk terus menerus berinovasi utamanya dalam pemasaran.

### Ucapan Terima Kasih

Terimakasih kepada LPPM UNS yang telah memberikan pendanaan pengabdian SKIM PKM bagi tim sehingga memungkinkan kami untuk melakukan pengabdian ini.

## Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik, 2022, *Jawa Tengah dalam Angka 2022*, Badan Pusat Statistik, Semarang.
- Fikri, A. M. K., Nuriman, dan Yushardi. 2022. Pengaruh suhu dan lama waktu roasting terhadap massa jenis biji kopi robusta menggunakan mesin roasting tipe hot air. *Jurnal Pendidikan MIPA*, No. 2, Vol. 12, 249-254.
- Hadi, A., Bayuningsih, R.Y., Bo chori, Waristian, H., Puspita, M., dan Yusuf. M, 2022, Penggunaan Alat Roasting Modern Untuk Meningkatkan Kualitas Dan Harga Jual Kopi, *Prosiding AVoER XIV*, Universitas Sriwijaya, Desember.
- Hambali, A dan Andarini, S. 2021. Formulasi strategi pengembangan bisnis menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC) dan SWOT analysis dalam upaya meningkatkan daya saing pada piring seng coffee & co Tunjungan Surabaya. *Journal of Applied Business Administration*, No. 2, Vol. 5, 131-142.
- Kotler, P. dan Keller, K. L, 2009., *Manajemen Pemasaran. Dialih bahasakan oleh Bob Sabran*, Edisi Ketiga Belas, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kusnandar, Harisudin, M., Adi, R. K., Qonita, R. A., Khomah, I., Riptanti, E. W., dan Setyowati, N. 2021. Perbaikan kemasan sebagai upaya meningkatkan daya saing produk ukm murni snack. *Kumawula*, No. 2, Vol. 4, 320-327.
- Mardhiah, Baihaqi, A., dan Safrida. 2020. Faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor kopi di Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, No. 2, Vol. 5, 192-202.
- Maryani, D. dan Nainggolan, R. R. R, 2019, *Pemberdayaan Masyarakat*, Deepublish Publisher, Yogyakarta.
- Selvi dan Ningrum, L. 2020. Gaya Hidup minum kopi dalam pengambilan keputusan pembelian kopi (Studi kasus pada kopi Kenangan Gandaria City - Jakarta). *Kepariwisata : Jurnal Ilmiah*, No. 1, Vol. 14, 23-30.
- Septian, J. dan Rahayu, W. P. 2014. Pengetahuan pelabelan produsen industri rumah tangga pangan di Kota Bogor. *Jurnal Mutu Pangan*, No. 1, Vol. 2, 145-150.
- Sukatmadiredja, N. R. 2017. Analisa perubahan perilaku konsumen terhadap pertumbuhan warung kopi di Kecamatan Rungkut Surabaya. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, No. 1, Vol. 2, 340-354.
- Suwatri, M., Rahman, H. dan Rahman, A. 2022. Pengaruh pemahaman atas strategi bisnis, kemampuan manajerial, dan pengetahuan manajemen terhadap kinerja perusahaan coffee shop. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, No. 9, Vol. 4, 3817-3823.
- Verawati, D. M., Destiningsih, R., dan Novitaningtyas, I. 2021. Pendampingan perizinan pirt dan sertifikasi halal produk makanan ringan pada pelaku umkm di Desa Balesari, Windusari, Magelang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, No. 4, Vol. 6, 1166-1175.
- Wahyuningrum, R. 2018. Analisis strategi e-marketing untuk meningkatkan minat beli online. Jakarta: *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, No. 3, Vol. 21, 275-290.
- Widjajanti, K. 2011. Model pemberdayaan masyarakat. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, No. 1, Vol. 12, 15-27.